

**PERANCANGAN BOOTH MITSUBISHI MOTOR
CORPORATION (MMC)
INDONESIA INTERNATIONAL MOTOR SHOW 2012
JAKARTA INTERNATIONAL EXPO
JAKARTA**



PERANCANGAN

Oleh:

**Bayu Aji Pamungkas
081 1599 023**

**PROGRAM STUDI S-1 DESAIN INTERIOR
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2015**

**PERANCANGAN BOOTH MITSUBISHI MOTOR
CORPORATION (MMC)
INDONESIA INTERNATIONAL MOTOR SHOW 2012
JAKARTA INTERNATIONAL EXPO
JAKARTA**



PERANCANGAN

Oleh:

Bayu Aji Pamungkas

081 1599 023

Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana dalam bidang desain interior
2015

**JURNAL
PERANCANGAN BOOTH MITSUBISHI MOTOR
CORPORATION (MMC)
INDONESIA INTERNATIONAL MOTOR SHOW 2012
JAKARTA INTERNATIONAL EXPO
JAKARTA**



Oleh:
Bayu Aji Pamungkas
081 1599 023

**PROGRAM STUDI S-1 DESAIN INTERIOR
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2015**



Tugas Akhir Perancangan/ Penciptaan berjudul:

PERENCANAAN BOOTH MITSUBISHI MOTOR CORPORATION (MMC)
INDONESIA INTERNATIONAL MOTOR SHOW 2012 JAKARTA
INTERNATIONAL EXPO JAKARTA, Program Studi S-1 Desain Interior, Jurusan
Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim
Pembina Tugas Akhir pada tanggal 6 agustus 2015

Pembimbing 1/ Anggota



Drs. Baskoro Suryo Banindro, M.Sn.
NIP. 196505221992031003

Mengetahui:
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Dr. Suastiwi, M.Des.
NIP. 195908021988

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini, yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan Desain Interior, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian dan penyusunan tugas akhir ini tidak terlepas dari dorongan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Allah subhanahu wa ta'ala atas segala rahmat dan karunia-Nya
2. Yth. Bapak M. Sholahuddin, S. Sn., M.T., selaku Dosen Pembimbing I, yang telah memberi semangat, dorongan, nasehat, kritik dan saran bagi penyusunan Tugas Akhir Karya Desain ini.
3. Yth. Bapak Drs. Tata Tjandrasat A. selaku Dosen Pembimbing II yang telah member, nasehat, kritik dan saran bagi penyusunan Tugas Akhir Karya Desain ini.
4. Yth. Bapak Martino Dwi Nugroho, S.Sn., M.A., selaku Ketua Program Studi S-1 Desain Interior, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
5. Yth. Bapak Drs. A. Hendro Purwoko, M.Sn., selaku Dosen Wali.
6. Seluruh dosen Program Studi Desain Interior, yang telah memberikan bimbingan selama ini dan dorongan semangat dalam proses penyusunan Tugas Akhir Karya Desain ini.
7. Ibu dan Bapak tercinta di rumah yang tak pernah menyerah atas dorongan semangat, nasihat, dan doanya yang super selama ini.
8. Tiga kakak-kakakku Wahyu, Danang, Via dan yang satu lagi belum ketemu atas dorongan semangat dan doanya.
9. Untuk AlMahbubah yang menjadi sumber semangat
10. *Special thanks* buat Tika untuk bantuannya selama ini, Jerit, Widi, Bene, atas bantuannya sekaligus dorongan semangatnya.
11. Teman-teman seperjuangan Tugas Akhir 2015.

12. Teman-teman DESEM8ER seangkatan 2008.

13. Serta semuanya yang turut membantu dan memberi dukungan saat proses penyusunan Tugas Akhir Karya Desain ini yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan Tugas Akhir Karya Desain ini. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan dan semoga Tugas Akhir Karya Desain ini dapat bermanfaat bagi kita semua.



Yogyakarta, Agustus 2015

Penulis,

Bayu Aji Pamungkas

ABSTRAK

PERENCANAAN BOOTH MITSUBISHI MOTOR CORPORATION (MMC)
INDONESIA INTERNATIONAL MOTOR SHOW 2012
JAKARTA INTERNATIONAL EXPO
JAKARTA

Oleh :

Bayu Aji Pamungkas

Pameran digunakan sebagai wadah interaksi antara perusahaan dengan masyarakat atau konsumen yang memegang peranan penting dalam suatu rangkaian aktivitas marketing. Perusahaan dapat memperkenalkan produk yang mereka sediakan untuk masyarakat luas sebagai calon konsumen melalui kegiatan pameran. Melalui pameran calon konsumen dapat memperoleh informasi yang lengkap tentang produk yang akan mereka gunakan. Dalam sebuah event pameran, calon konsumen dapat membandingkan langsung produk yang sama dari masing-masing perusahaan yang saling bersaing. Dengan demikian, konsumen akan mendapatkan informasi yang menyeluruh mengenai sebuah produk yang dikenalkan, hal tersebut juga menjadi ujung tombak persaingan marketing dalam kegiatan pameran.

Tujuan dari perancangan booth Mitsubishi Motor ini adalah untuk Menciptakan *stand* pameran Mitsubishi Motors yang mampu mengangkat *brand image* dari Mitsubishi yang diangkat dalam pameran tahun ini yaitu “*Innovation of Passion & Fashion Mitsubishi Life Style*”. Dengan menerapkan bentuk serta warna identitas Mitsubishi Motors. Serta merancang *booth* pameran Mitsubishi Motors yang menarik, informatif, interaktif dan mengesankan dengan pengemasan booth pameran yang mampu memberikan inspirasi baru serta pengalaman yang menarik.

Dalam sebuah perancangan booth pameran (exhibition) menerapkan tema yang menjadi salah satu acuan dalam merancang. Awamnya sebuah perancangan hanya menerapkan satu tema dalam proses pengerjaannya. Ketika ditemukan permintaan untuk menggunakan dua buah tema untuk diterapkan dalam perancangan, ditemukan kesulitan dalam menggabungkan kedua tema tersebut. Hal ini akan sulit

diaplikasikan jika harus menggabungkan kedua tema tersebut.

Perancangan *booth* Mitsubishi Motor Corporation ini meliputi area *info counter*, area *display*, *stage*, *lounge*, dan galeri. Penerapan tema sesuai permintaan adalah dengan menampilkan produk dari Mitsubishi yang sesuai dan dapat mendukung kedua tema tersebut, yang akhirnya dapat mewakili kedua tema tersebut.

Konsep tersebut diharapkan mampu untuk menguatkan citra dari Mitsubishi sekaligus mampu mendongkrak nilai penjualan.

Kata Kunci : Perancangan, Pameran, *Eco*, *Lifestyle*.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
BAB II. LANDASAN PERANCANGAN	4
A. Deskripsi Proyek.....	4
1. Tujuan dan Sasaran Perancangan.....	4
a. Tujuan Perancangan.....	4
b. Sasaran Perancangan.....	4
2. Data Lapangan.....	5
a. Data Fisik.....	5
1) Identitas Proyek.....	5
2) Lokasi Proyek.....	6
3) Site Plan.....	7
4) Denah Bangunan	7
5) Bentuk Bangunan	8
b. Data Non Fisik.....	10
1) Identitas Proyek.....	10
2) Logo Pameran.....	11
3) Struktur Organisasi.....	11
4) Faktor Demografi pemakai Ruang.....	12
5) Jenis Produk Yang Dipamerkan.....	14
B. Program Perancangan.....	28

1. Pola Pikir Perancangan.....	28
2. Cakupan dan Arahan Tugas.....	29
a. Konsep Desain.....	29
1) Analisis.....	29
2) Sintesis.....	29
3) Evaluasi.....	29
b. Desain.....	29
1) Gambar Kerja.....	29
2) Perspektif.....	30
c. Maket Studi.....	30
d. <i>Colour Scheme</i> dan Material.....	30
e. Rencana Anggaran Biaya.....	30
f. Pameran.....	30
3. Data Literatur.....	30
a. Pameran.....	30
1. Tipe Pameran.....	30
2. Area Kerja/ <i>Work Area</i>	33
3. Penyimpanan/ <i>Storage</i>	34
4. Elemen Pembentuk Ruang.....	34
5. Tata Kondisional.....	35
6. Furnitur	38
b. Gaya Modern.....	43
c. Tema Perancangan.....	46
4. Data Existing.....	48
a. Pengguna dan Aktifitasnya.....	48
b. Kebutuhan dan Fasilitas Penunjang Area.....	48
c. Organisasi dan Hubungan Antar Ruang.....	51
d. Zoning, Sirkulasi dan Tata Letak.....	51
e. Unsur Pembentuk Ruang.....	52
f. Tata Kondisional.....	52
g. Finishing.....	53

h. Perabot.....	53
BAB III. PERMASALAHAN PERANCANGAN.....	55
A. Citra Ruang.....	55
B. Sirkulasi dan Tata Letak.....	55
C. Unsur Pembentuk Ruang.....	55
D. Furnitur.....	56
BAB IV. KONSEP DESAIN.....	57
A. Konsep Dasar.....	57
1. Gaya Perancangan.....	57
2. Ide dan Tema Perancangan.....	58
B. Konsep Program Perencanaan dan Perancangan Ruang.....	60
1. Area Info Konter	60
2. Area Display.....	60
3. Area Stage.....	62
4. Area Lounge.....	62
C. Konsep Perancangan Spasial.....	63
1. Pembagian Zona dan Sirkulasi.....	63
2. Tata Kondisional.....	63
D. Konsep Perancangan Fisik.....	64
BAB V. PENUTUP.....	65
A. Kesimpulan.....	65
B. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN.....	68
• Konsep Grafis	
• Gambar Perspektif	
• <i>Colour Scheme</i> dan Material	
• Maket Studi 1 : 20	
• Foto Stand Pameran	
• Poster Pameran	
• Katalog Pameran	

- RAB
- Gambar Kerja
- Lembar Asistensi
- Transkrip Nilai



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Peta Lokasi	6
Gambar 1.2	Site Plan	7
Gambar 1.3	Denah Hall A JIExpo.....	8
Gambar 1.4	Bentuk Bangunan JIExpo	9
Gambar 2.1	Logo Mitsubishi Motors.....	10
Gambar 2.2	Logo IIMS 2012.....	7
Gambar 3.0	Struktur Organisasi Operasional Pameran.....	8
Gambar 4.1	Mitsubishi Lancer Evolution X.....	14
Gambar 4.2	Mitsubishi Mirage	14
Gambar 4.3	Mitsubishi Outlander Sport.....	15
Gambar 4.4	Mitsubishi Pajero Sport.....	15
Gambar 4.5	Mitsubishi Strada.....	16
Gambar 4.6	Mitsubishi I-Miev.....	16
Gambar 4.7	Mitsubishi FTO.....	17
Gambar 5.0	Pola Pikir Perancangan.....	28
Gambar 6.1	Pos Kerja penerima Tamu.....	38
Gambar 6.2	Hubungan Jarak Pandang Terhadap Display.....	39
Gambar 6.3	Meja Dealing Bundar	39
Gambar 6.4	Hubungan Jarak Pandang Terhadp Display.....	40
Gambar 6.5	Lebar Lintasan Publik.....	41
Gambar 6.6	Meja Rapat.....	42
Gambar 7.1	Mitsubishi Booth Sao Paulo International Motor Show 2012.....	43
Gambar 7.2	Audi Booth Paris Motor Show 2014.....	44
Gambar 7.3	Audi Booth Auto China 2014.....	44
Gambar 7.4	Audi Booth Mondial de l'Automobile Paris.....	31
Gambar 7.5	Mercedes Benz Booth Bangkok Motor Show 2014.....	31

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Rumus Pencahayaan.....	35
Tabel 2.2 Data Sumber Cahaya	36
Tabel 2.3 Kekuatan Cahaya	37
Tabel 2.4 Daftar Kebutuhan dan Fasilitas Penunjang Area.....	48



BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG.

Pameran digunakan sebagai wadah interaksi antara perusahaan dengan masyarakat atau konsumen yang memegang peranan penting dalam suatu rangkaian aktivitas marketing. Perusahaan dapat memperkenalkan produk yang mereka sediakan untuk masyarakat luas sebagai calon konsumen melalui kegiatan pameran. Melalui pameran calon konsumen dapat memperoleh informasi yang lengkap tentang produk yang akan mereka gunakan. Dalam sebuah event pameran, calon konsumen dapat membandingkan langsung produk yang sama dari masing-masing perusahaan yang saling bersaing. Dengan demikian, konsumen akan mendapatkan informasi yang menyeluruh mengenai sebuah produk yang dikenalkan, hal tersebut juga menjadi ujung tombak persaingan marketing dalam kegiatan pameran.

Industri otomotif sebagai salah satu industri produk kompetitif membutuhkan strategi marketing yang tepat dalam memasarkan produknya. Keberadaan *event* pameran otomotif berskala besar akan banyak membantu perusahaan otomotif dalam memperkenalkan produk otomotif unggulannya kepada masyarakat luas. Pengenalan produk menjadi tujuan utama dalam kegiatan pameran otomotif, mengingat lebih banyaknya informasi yang bersifat teknis seputar spesifikasi produk yang belum terlalu mudah dipahami oleh masyarakat awam. Ketersediaan informasi yang menyeluruh dan memadai menjadi kata kunci keberhasilan pengenalan produk otomotif melalui kegiatan pameran.

Indonesia International Motor Show (IIMS) merupakan salah satu agenda rutin pameran produk otomotif bergengsi di Indonesia. Beberapa industri otomotif terkemuka dunia, melalui Agen Pemegang Merk (APM) masing-masing sebagai perwakilan resmi di Indonesia, akan bertemu dalam *event* tersebut. Melalui Indonesia International Motor Show, produk-produk otomotif unggulan mereka akan dikenalkan secara bersamaan kepada masyarakat luas, untuk dikomparasikan secara langsung dalam upaya merebut perhatian para pengunjung pameran sebagai calon konsumen yang potensial.

IIMS 2012 mengusung tema "*Eco-Mobility*" sebagai jawaban yang tepat. Sebuah paradigma perencanaan dunia hijau yang berkelanjutan. Tema "*Eco-Mobility*" mewakili gaya hidup masyarakat perkotaan yang baru, mendukung cara cerdas bertransportasi, mengurangi ketergantungan terhadap bahan bakar fosil, dengan melakukan penghematan serta penggunaan bahan bakar yang lebih efisien, baik yang berupa energi elektrik, bahan bakar fosil, serta penggunaan bahan bakar yang terbaharukan. Mempromosikan mobilitas dan aksesibilitas yang ramah lingkungan, dan efisiensi bahan bakar khususnya di kota-kota besar di Indonesia, merupakan tujuan utama tema "*Eco-Mobility*" pada Indonesia International Motor Show ke 20 tahun ini.

Mitsubishi Motors Corporation (MMC) selaku APM Mitsubishi Motors memanfaatkan *event* tersebut untuk kembali menunjukkan kehadiran merk Mitsubishi dalam kancah persaingan produk otomotif di Indonesia. Dengan memperkenalkan beberapa produk otomotif unggulannya, Mitsubishi Motor Corporation berharap dapat menjawab kebutuhan masyarakat luas Indonesia terhadap produk otomotif berkualitas tinggi.

Pada ajang Indonesia International Motor Show (IIMS) tahun ini, Mitsubishi Motors Corporation (MMC) akan bertempat di Hall A, *booth* No. A5. Mitsubishi akan menampilkan line up kendaraan *passenger car* yang selaras dengan tema IIMS tahun ini, yaitu "*Eco Mobility*". Kendaraan *passenger car* Mitsubishi tampil dengan konsep *lifestyle bertemakan "Innovation of Passion & Fashion Mitsubishi Life Style"* merupakan cerminan dari produk *passenger car* Mitsubishi yang terus berinovasi, stylish dan menjadikan *passion* dan *fashion* sebagai bagian yang tak terpisahkan dalam setiap produknya.

Dari uraian diatas, maka perancang memberikan solusi untuk menguatkan citra Mitsubishi Motors Corporation (MMC) sebagai perusahaan otomotif terkemuka di Indonesia. Menggunakan eksplorasi bentuk dan warna dari logo Mitsubishi Motors sebagai dasar perancangan *booth* Mitsubishi Motor Corporation. Kemudian menerapkan gaya post-modern yang dipadukan dengan tema dari MMC dan IIMS, yaitu "*Eco Mobility*" dan "*Innovation of Passion & Fashion Mitsubishi Life Style*" sebagai perwujudan visi dan misi dalam pameran IIMS ke 20 ini, maka Perancangan *Booth*

Mitsubishi Motors Corporation (MMC) pada Indonesia Intrnational Motor Show (IIMS)
2012 di Jakarta International Expo diambil sebagai Tugas Karya Desain.

